

***Estudios de Periodismo***

**Universidad Carlos III de Madrid**

---

# **Organización y gestión de la empresa informativa**

***Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado***



**Organización gestión de la empresa informativa.**

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

*Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.*

---

- **El mercado publicitario(I)**
    - Conceptos básicos. Formatos.
-

---

## □ **Objetivos**

- *El objetivo es que el alumno asimile los conceptos básicos necesarios sobre la publicidad y su incidencia en los medios, así como los elementos necesarios para la comercialización de tiempos y espacios. Para ello es necesario que sea consciente de la importancia de la inversión publicitaria en el negocio de las empresas informativas y conozca las tendencias de comercialización en el sector.*
-

---

## □ **La publicidad en los medios**

- La importancia de la inversión publicitaria en las empresas informativas.
  - Principales anunciantes y sectores.
  - Relaciones medios-anunciantes
  - Tendencias
-

---

## □ **Características de los medios**

- La prensa como medio publicitario.  
Características.
  - La radio como medio publicitario.  
Características.
  - La televisión como medio publicitario.  
Características.
-

---

## □ **Formatos**

- **Formatos publicitarios en la prensa.  
Comercialización.**
  - **Formatos publicitarios en la radio.  
Comercialización.**
  - **Formatos publicitarios en la televisión.  
Comercialización.**
-

- 
- Tendencias de comercialización en el entorno digital
    - *Branded content*
    - Pantallas compartidas
    - Colocación de productos
    - Publicidad interactiva
    - Minianuncios
-

## Organización gestión de la empresa informativa.

Estudios de Periodismo. Universidad Carlos III de Madrid

*Prof. Javier Galán y Prof. Guadalupe Aguado.*

---

# □ Bibliografía

- BIGNÉ, E. (2000): *Temas de investigación de medios publicitarios*. Esic. Madrid.
  - GARCÍA UCEDA, M. (1995): *Las claves de la publicidad*. Esic. Madrid.
  - GONZÁLEZ LOBO, M.A. (1994): *Curso de publicidad*. Eresma y Celeste. Madrid.
  - MARTÍNEZ RAMOS, E. (1992): *El uso de los medios de comunicación en el marketing y la publicidad*. Akal Comunicación. Madrid.
  - ORTEGA MARTÍNEZ, E. (1991): *La dirección publicitaria*. Esic. Madrid.
  - PERLADO, M.: *Planificación de medios de comunicación de masas* (2006). McGrawHill. Madrid.
  - PÉREZ-LATRE, F. (2000): *Planificación y gestión de medios publicitarios*. Ariel Comunicación. Barcelona.
-